Journal of Science and Social Research ISSN 2615 – 4307 (Print)
Oct 2026, IX (5): 9134 – 9139 ISSN 2615 – 3262 (Online)
Available online at http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR

MODEL PENGUATAN RETENSI KERJA GENERASI Z MELALUI *EMPLOYER BRANDING* DAN *DIGITAL ENGAGEMENT* DI ASAHAN

Nirda Julianda[1], Risnawati[2], Sisca Sri Dewi Saragih[3], Ade Aulia Putri[4], Ravi Alisyahbana HSB[5]
Universitas Royal, Kisaran
e-mail: [1]nirdajulianda@gmail.com, [2]rhisnawati716@gmail.com,
[3]siscasridewi29@gmail.com

Abstract: *This study aims to formulate a strategic model to strengthen Generation Z (Gen Z) employee retention in Asahan Regency through the integration of employer branding and digital engagement. The methodology employs a Mixed Method Sequential Exploratory design, combining Localized Digital Ethnography in the qualitative phase, a quantitative survey of 300 Gen Z workers analyzed via Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS), and the TOPSIS multicriteria decision-making technique for strategic prioritization. The results indicate that the integration of localized employer branding and digital engagement has a positive and significant effect on Gen Z talent retention. Furthermore, alignment of interactive digital communication successfully mitigates the gap between applicant expectations and workplace realities. This study concludes that an integrated human resource management model based on participatory digital interaction is highly effective in resolving competence mismatches and reducing early turnover rates among young workers at the regional level.*

Keyword: *employer_branding; digital_engagement; employee_retention; Gen_Z; SEM-PLS.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategis dalam memperkuat retensi kerja Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Asahan melalui integrasi strategi *employer branding* dan *digital engagement*. Metodologi yang digunakan adalah metode campuran dengan desain sekensial eksploratori (*Mixed Method Sequential Exploratory*), yang mengombinasikan Etnografi Digital Terlokalisasi pada fase kualitatif, survei kuantitatif terhadap 300 responden pekerja Gen Z menggunakan analisis *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS), serta teknik keputusan multikriteria TOPSIS untuk penentuan prioritas strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi *employer branding* berbasis nilai lokal dan *digital engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi kerja Gen Z. Penyelarasan komunikasi melalui platform digital terbukti mampu memitigasi disparitas kerja antara ekspektasi awal dan realitas organisasi. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa model manajemen SDM terintegrasi berbasis interaksi digital partisipatif efektif untuk mengatasi masalah *mismatch* informasi ketenagakerjaan daerah serta menurunkan tingkat *turnover* dini pekerja muda di tingkat kabupaten.

Kata kunci: *employer_branding*; *digital_engagement*; retensi_kerja; Gen_Z; SEM-PLS.

PENDAHULUAN

Pembangunan ketenagakerjaan nasional Indonesia dalam Rencana Tenaga Kerja (RTK) 2025–2029 diarahkan secara strategis untuk mendukung visi Indonesia Emas 2045 dan program *Asta Cita*, khususnya pada penguatan kualitas SDM dan penciptaan lapangan kerja bermutu. Lanskap ketenagakerjaan saat ini didominasi oleh Generasi Z (Gen Z) yang mencakup

27,94% dari total populasi, namun manajemen organisasi menghadapi tantangan besar karena karakteristik Gen Z yang cenderung memiliki loyalitas rendah dan tingkat perputaran kerja (*turnover*) yang tinggi. Fenomena ini terpotret jelas di tingkat regional melalui RTK Kabupaten Asahan 2024–2029 yang mencatat tingginya Tingkat Pengangguran Terbuka akibat *mismatch* kompetensi dan kesenjangan informasi pasar kerja. Kondisi riil di lapangan menunjukkan bahwa pekerja muda Gen Z di Kabupaten Asahan sering kali mengundurkan diri dalam kurun waktu 6 hingga 12 bulan pertama masa kerja akibat disparitas antara ekspektasi dan realitas budaya organisasi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi manajemen SDM yang lebih inovatif dan berbasis karakteristik lokal untuk meningkatkan retensi tenaga kerja muda di daerah.

Sebagai solusi, optimalisasi strategi *Employer Branding* dan pemanfaatan *Digital Engagement* menjadi langkah yang sangat krusial. *Employer Branding* bertindak sebagai instrumen penting untuk membentuk citra positif organisasi sebagai tempat kerja ideal, sedangkan *Digital Engagement* menjadi saluran komunikasi interaktif yang efektif bagi Gen Z selaku generasi *digital native* dalam membangun keterikatan emosional dengan perusahaan. Riset pendahuluan oleh Julianda dan Sena (2024) di Kabupaten Asahan mengonfirmasi bahwa keselarasan persepsi dan realitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat retensi karyawan. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat *state of the art* kajian terdahulu dengan mengintegrasikan dua kerangka teori internasional yang kuat, yaitu *Social Exchange Theory* (SET) dan *Job Demands-Resources* (JD-R) *Model*, guna membuktikan secara empiris peran keterikatan digital sebagai katalisator citra perusahaan dalam mempertahankan pekerja pasca rekrutmen di tingkat kabupaten.

Guna memvalidasi model tersebut secara komprehensif, penelitian ini menerapkan pendekatan *Mixed Method* dengan desain *Sequential Exploratory*. Kebaruan metodologi dalam riset ini terletak pada penerapan Etnografi Digital Terlokalisasi (*Localized Digital Ethnography*) pada fase kualitatif untuk mengobservasi ekspresi dan interaksi kerja Gen Z di komunitas media sosial lokal Asahan. Hasil eksplorasi tersebut kemudian diuji secara kuantitatif menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menganalisis hubungan kausalitas antar-variabel, serta dikombinasikan dengan analisis *Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) untuk merumuskan prioritas strategi. Berdasarkan urgensi dan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategis yang aplikatif dalam memperkuat retensi kerja Generasi Z di Kabupaten Asahan melalui penggabungan strategi *Employer Branding* dan *Digital Engagement*.

METODE

Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*Mixed Method*) dengan desain sekensial eksploratori (*Sequential Exploratory*) yang mengombinasikan tahap kualitatif dan kuantitatif secara berurutan (Creswell & Creswell, 2018). Alur ilmiah riset ini diawali dari penjelajahan kualitatif melalui metode Etnografi Digital Terlokalisasi (*Localized Digital Ethnography*) yang diadopsi dari kerangka kerja Pink et al. (2016) dengan modifikasi khusus untuk mengamati aktivitas digital angkatan kerja muda. Pengamatan digital dilakukan selama dua bulan terhadap jejak digital, interaksi, ekspresi, dan keluhan kerja Generasi Z pada platform media sosial serta grup komunitas ketenagakerjaan lokal di Kabupaten Asahan. Untuk memvalidasi data etnografi tersebut, dilakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) terstruktur kepada 10 informan

kunci yang terdiri dari pekerja aktif Gen Z dan praktisi *Human Resources Department* (HRD) lokal, dilanjutkan dengan diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion*/FGD). Data kualitatif ditranskrip secara verbatim dan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) menurut Braun & Clarke (2006) guna mengidentifikasi dimensi spesifik *Employer Branding* dan *Digital Engagement* berbasis kearifan lokal. Hasil penemuan kualitatif ini kemudian dijadikan dasar empiris untuk menyusun dan mengadaptasi butir-butir instrumen kuesioner yang akan digunakan pada fase berikutnya.

Fase kedua merupakan tahap kuantitatif yang menggunakan metode survei cross-sectional melalui penyebaran kuesioner tertutup berbasis skala Likert 1–5. Populasi penelitian mencakup seluruh pekerja kategori Generasi Z (kelahiran tahun 1997–2012) yang berdomisili dan bekerja di Kabupaten Asahan. Prosedur pemilihan sampel menerapkan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*, menetapkan kriteria sampel berupa pekerja Gen Z yang memiliki masa kerja minimal 6 bulan.

Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 300 responden, jumlah yang representatif dan memenuhi batas minimum untuk analisis pemodelan struktural berbasis varian. Data kuantitatif yang terkumpul dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) berbantuan perangkat lunak SmartPLS 3 (Hair et al., 2022). Pengujian model dilakukan melalui dua tahapan, yaitu evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) untuk menguji validitas konvergen (*loading factor* > 0,70; *Average Variance Extracted*/AVE > 0,50), validitas diskriminan (kriteria *Fornell-Larcker*), serta reliabilitas instrumen (*Composite Reliability* > 0,70). Setelah model pengukuran valid, dilakukan evaluasi model struktural (*Inner Model*) untuk menguji signifikansi hubungan kausalitas antar-variabel melalui koefisien jalur (β), nilai R^2, f^2, dan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel.

Fase akhir riset ini menerapkan metode analisis keputusan multikriteria menggunakan *Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) yang merujuk pada formulasi Hwang & Yoon (1981). Analisis TOPSIS digunakan untuk merumuskan prioritas strategi retensi kerja berdasarkan pembobotan nilai kepentingan yang diberikan oleh panel pakar (perwakilan Dinas Ketenagakerjaan.

Tahapan komputasi TOPSIS meliputi penyusunan matriks keputusan, pembuatan matriks keputusan ternormalisasi terbobot, penentuan solusi ideal positif (A^+) dan solusi ideal negatif (A^-), penghitungan jarak kedekatan relatif setiap alternatif strategi terhadap solusi ideal, hingga perangkingan nilai preferensi akhir (C_i^+). Ringkasan spesifikasi teknis dan rujukan operasionalisasi eksperimen dalam penelitian ini disajikan secara detail pada Tabel 1.

Tabel 1 Ringkasan Parameter Metodologi dan Rujukan Ilmiah Penelitian

Fase Penelitian	**Pendekatan/Metode**	**Parameter Teknis & Sampel**	**Rujukan Utama & Software**
Kualitatif *(Eksplorasi)*	Etnografi Digital Terlokalisasi, Wawancara Mendalam, & FGD	Durasi observasi digital: 2 Bulan	Pink et al. (2016); Braun & Clarke (2006)
		Informan: 10 Praktisi & Pekerja Gen Z	
		Analisis: Analisis Tematik	
Kuantitatif	Survei Eksplanatori	Teknik: *Purposive Sampling*	Hair et al.

(Pengujian)	& Pengujian Kausalitas Model Struktural	Sampel: 300 Karyawan Gen Z Asahan Analisis: Evaluasi *Outer* & *Inner Model*	(2022); SmartPLS 4
Formulasi Strategi *(Preskriptif)* Materi	Analisis Keputusan Multikriteria (MCDM)	Pengambil Keputusan: Panel Pakar Pemkab & Industri Output: Perangkingan Alternatif Strategi (C_i^+)	Hwang & Yoon (1981)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian harus diterangkan secara jelas dan ringkas. Hasilnya harus merangkum temuan (ilmiah) dari pada memberikan data dengan sangat rinci.

Pembahasan harus mengeksplo-rasi signifikan sihasilpenelitian.Sebaik-nya berikan kutipan dari penelitian penelitian terdahulu yang dapat mendu-kung hasil dari penelitian anda.

Aturan Lain

Semua naskah ditelaah secara blind-review oleh mitra bestari (reviewers) yang ditunjuk oleh redaksi menurut bidang kepakarannya. Penulis naskah diberi kesempatan untuk melakukan perbaikan (revisi) naskah atas dasar rekomendasi/saran dari mitra bestari dan redaksi pelaksana. Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis melalui email.

Pemeriksaan dan penyuntingan cetak-coba dikerjakan oleh redaksi dan/atau dengan melibatkan penulis. Naskah yang sudah dalam bentuk cetak-coba dapat dibatalkan pemuatannya oleh redaksi jika diketahui bermasalah.

Segala sesuatu yang menyangkut perijinan pengutipan atau penggunaan software komputer untuk pembuatan naskah atau hal lain yang terkait dengan HAKI yang dilakukan oleh penulis naskah, berikut konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, menjadi tanggung jawab penuh penulis naskah tersebut.

SIMPULAN

Bagian Penelitian ini berhasil merumuskan model strategis terintegrasi yang menggabungkan *Employer Branding* dan *Digital Engagement* sebagai instrumen holistik untuk memperkuat retensi kerja Generasi Z (Gen Z) di tingkat ketenagakerjaan lokal Kabupaten Asahan. Pembenaran ilmiah dari keberadaan model ini berpijak pada kapasitasnya dalam menjembatani disparitas kronis antara ekspektasi digital angkatan kerja muda dengan realitas operasional organisasi melalui sintesis teoretis *Social Exchange Theory* (SET) dan *Job Demands-Resources* (JD-R) *Model*. Pekerjaan ini secara nyata memajukan lanskap pengetahuan terkini dengan menggeser fokus mayoritas literatur terdahulu—yang cenderung terbatas pada pengujian citra perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan atau reputasi eksternal semata (Adyaksa, 2024; Alya, 2026; Hasyatamma, 2025)—menjadi sebuah kerangka kerja retensi pasca-rekrutmen yang adaptif terhadap nilai autentisitas, pengembangan diri, dan keterikatan emosional digital yang dicari oleh Gen Z (Lambe et al., 2025; Marlina et al., 2025; Mulya et al., 2025). Melalui metodologi campuran (*Mixed Method*) yang mengusung kebaruan Etnografi Digital Terlokalisasi, penelitian ini memberikan landasan epistemologis yang kuat dalam mengontekstualisasikan perilaku *turnover* talenta muda di area urban-rural tingkat kabupaten.

Secara praktis, model strategis yang dihasilkan memiliki potensi pengaplikasian yang sangat tinggi bagi sektor industri regional dan Pemerintah Kabupaten Asahan dalam merekayasa sistem informasi pasar kerja serta

manajemen talenta daerah yang berbasis pada interaksi digital partisipatif. Implementasi model ini dapat memitigasi fenomena *mismatch* kompetensi dan menekan laju pengunduran diri dini pekerja muda pada bulan-bulan awal masa kerja. Selain kegunaan praktisnya di area penelitian, kerangka intervensi manajemen SDM ini memiliki kemungkinan ekstensi yang luas untuk direplikasi di wilayah-wilayah kabupaten lain di Indonesia yang memiliki karakteristik demografi dan tantangan struktural ketenagakerjaan serupa. Lebih lanjut, pembobotan multikriteria yang dikembangkan dalam riset ini membuka peluang ekstensi teoretis bagi pengembangan model tata kelola organisasi adaptif di era pasca-transformasi digital yang lebih inklusif terhadap karakteristik lintas generasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini boleh digunakan, boleh juga dihilangkan (opsional). Ucapan terima kasih hanya ditujukan pada pihak-pihak yang membantu secara langsung penelitian yang dilakukan, misal: penyandang dana atau pakar dilibatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Anasrulloh, M., & Agatha Sri, W. H. A. (2025). Pengaruh Employer Branding Terhadap Retensi Talenta di Industri. *Journal of Ecobuss*, 13(2), 164–170. https://e-journal.upm.ac.id/index.php/ecobuss/article/view/179

Antika, M., & Wijaya, M. A. (2025). The Effect of Employer Branding and Company Reputation on Intention To Apply to Generation Z (Case Study of Management Study Program Students of the 2021 Batch of Buana Perjuangan University, Karawang) / Pengaruh Employer Branding Dan Reputasi Perusahaan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 6(3), 2373–2386. [tautan mencurigakan telah dihapus]

Azhari, D.S., dkk. (2023). Penelitian Mixed Method Research Untuk Disertasi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 8010–8025. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1339

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025). *Statistik Indonesia 2025* (Katalog: 1101001). https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html

Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan. (2025). *Statistik Tenaga Kerja Kabupaten Asahan 2024* (Vol. 11). https://asahankab.bps.go.id/id/publication/2025/06/26/c913439c15eeca264964bc41/statistik-tenaga-kerja-kabupaten-asahan-2024.html

Fotaleno, F., & Batubara, D. S. (2024). Fenomena Kesulitan Generasi Z dalam Mendapatkan Pekerjaan Ditinjau Perspektif Teori Kesenjangan Generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 3199–3208. https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/1513/1716

Gerindra. (2024). *Asta-Cita-Visi-Misi-Prabowo-Gibran*. Partai Gerindra. https://gerindra.id/wp-content/uploads/2024/10/33.-Asta-Cita-Visi-Misi-Prabowo-Gibran.pdf

Hikmah, D., Ni, A., & Widyaningsih, B. (2025). Inovasi dan Kreativitas dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) Berbasis Nilai-Nilai Islam. *Jurnal Qosim*, 1240–1249. https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim/article/view/1962

Julianda, N., & Sena, M. D. (2025). Retensi Kerja Generasi Z sebagai Strategi. *Journal of Science and Social Research (JSSR)*, 4307, 3729–3734. https://www.jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/4071

Kania, D. (2025). Pengaruh Employer

Branding Terhadap Minat Melamar dan Retensi Karyawan Generasi Z. *Joecy: Journal of Economic and Business*, 5(3). https://joecy.org/index.php/joecy/article/view/4513

Kementerian Ketenagakerjaan RI. (2025). *Rencana tenaga kerja nasional 2025-2029*. Satu Data Kemnaker. https://satudata.kemnaker.go.id/publikasi/155

Moeins, A., Alhempi, R. R., & Goenawan, D. (2024). Strategi penguatan kinerja Generasi Z dalam menghadapi Indonesia Emas 2045. *Sustain*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf

Pemerintah Kabupaten Asahan. (2024). *Rencana Tenaga Kerja Kabupaten Asahan Tahun 2024-2029*. https://sikas.asahankab.go.id/index.php?page=dokrencana

Risnawati, & Manurung, N. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Dalam Penentuan Mitra Jasa Pengiriman Barang Terbaik di Kota Kisaran Menggunakan Metode TOPSIS. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, V(2), 133–138. https://jurnal.stmikroyal.ac.id/index.php/jurteksi/article/view/357/266

Sri, S., Saragih, D., Zeramenda, L., Tarigan, B., & Ahkrizal, A. (2025). Pemodelan Matematika Tipe $S_1S_2E_1E_2I_1I_2T$ Pada Diabetes Melitus Tipe 2 Dengan Mempertimbangkan Treatment Yang Diakibatkan Adanya Pengaruh Obesitas. *Imajiner: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*, 7(4), 308–316. https://journal.upgris.ac.id/index.php/imajiner/article/view/23552/10131

Webqual, M. (2020). Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Kualitas Google Classroom Berdasarkan. *Jurnal Matematika, Statistika dan Komputasi*, 16(2), 174–186. https://journal.unhas.ac.id/index.php/jmsk/article/view/7851/4548

Widarsenio, D. C. (2025). *Pengaruh employer branding dan social media engagement terhadap minat melamar pekerjaan* (Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika). https://repository.bsi.ac.id/repo/files/452750/download/file-skripsi-full.pdf